



09/903, 957

#4

日本特許庁
JAPAN PATENT OFFICE

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出願年月日

Date of Application:

2000年 7月13日

出願番号

Application Number:

特願2000-212891

出願人

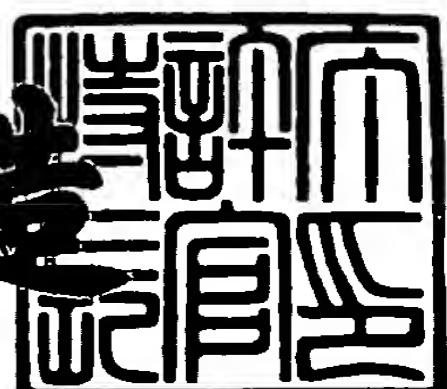
Applicant(s):

株式会社ポイントゲート

2001年 8月10日

特許庁長官
Commissioner,
Japan Patent Office

及川耕造



出証番号 出証特2001-3071784

【書類名】 特許願
【整理番号】 0000010421
【提出日】 平成12年 7月13日
【あて先】 特許庁長官殿
【国際特許分類】 G06F 17/60
【発明者】
【住所又は居所】 東京都渋谷区円山町5番4号 株式会社ポイントゲート
内
【氏名】 柴原 誠治
【特許出願人】
【識別番号】 300020898
【氏名又は名称】 株式会社ポイントゲート
【代理人】
【識別番号】 100084135
【弁理士】
【氏名又は名称】 本庄 武男
【手数料の表示】
【予納台帳番号】 001993
【納付金額】 21,000円
【提出物件の目録】
【物件名】 明細書 1
【物件名】 図面 1
【物件名】 要約書 1
【ブルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 ポイント管理方法

【特許請求の範囲】

【請求項1】 消費者が各サービス提供者の提供するサービスを利用した際に上記各サービス提供者から上記消費者に対して与えられる、所定の対価に交換可能なポイントを管理するコンピュータを用いたポイント管理方法において、

各消費者毎に、上記各サービス提供者毎の累積ポイント数をポイント数記憶手段に記憶し、

上記消費者からの要求に応じて、上記ポイント数記憶手段に記憶されているその消費者の累積ポイント数を上記各サービス提供者毎に一覧表示すると共に、消費者が上記対価への交換に使用するサービス提供者を選択可能なポイント交換入力画面を表示し、

上記ポイント交換入力画面上で消費者により上記サービス提供者が選択されると、その消費者について上記選択された各サービス提供者の累積ポイントを所定の交換レートの下で合計し、該合計ポイント数に応じて所定の対価への交換処理を行い、

その消費者について上記対価への交換に使用した上記サービス提供者のポイントを上記ポイント数記憶手段から減算する処理を、コンピュータを用いて行うことを特徴とするポイント管理方法。

【請求項2】 上記選択された各サービス提供者の累積ポイントの所定の交換レートの下での合計値を上記消費者に対して表示した後、消費者からの要求に基づいて上記所定の対価への交換処理を行う請求項1記載のポイント管理方法。

【請求項3】 消費者が上記対価への交換に使用するサービス提供者を選択する際、それらサービス提供者の発行したポイントの一部のみの選択を可能とする請求項1又は2記載のポイント管理方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、消費者が各サービス提供者の提供するサービスを利用した際に上記

各サービス提供者から上記消費者に対して与えられる、所定の対価に交換可能なポイントを管理するコンピュータを用いたポイント管理方法に関する。

【0002】

【従来の技術】

インターネットを利用した情報発信の効果をより高めるため、例えばウェブページを閲覧した消費者に所定のポイントを与え、そのポイントがある程度蓄積されると、そのポイント数に応じた対価（例えば商品）と交換できるというシステムが既に実用化されている。

そのようなシステムの一例として、特開平11-3372号公報には、複数のサービス提供者（広告元）が1つのポイント運営組織に加盟し、各サービス提供者のウェブページの閲覧によって消費者に与えられるポイントが、上記ポイント運営組織のサーバで消費者毎に一括して蓄積されるようなポイント管理システムが提案されている。このようなポイント管理システムによれば、消費者は上記ポイント運営組織に加盟しているどのサービス提供者のウェブページを閲覧しても共通のポイントが得られるため、単独では対価と交換できる程のまとまったポイントを発行しないサービス提供者であっても消費者のウェブページ閲覧に対するインセンティブを高めることができるとしている。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】

しかしながら、上記従来のポイント管理システムは、上述したようにポイント運営組織が各サービス提供者に共通のポイントを発行するものであり、消費者に与えられるポイントは各サービス提供者毎には管理されないため、各サービス提供者は、自分のウェブページの閲覧に関するポイントのみに基づいて独自の対価交換を行うなど、提供したポイントを独自に利用することができなかった。

本発明は、上記事情に鑑みてなされたものであり、その目的とするところは、サービス提供者のポイント発行数の大小等に関わらず消費者のウェブページ閲覧等に対するインセンティブを高めることができ、且つ各サービス提供者は自分のウェブページの閲覧等に関するポイントを独自に利用してサービスを行うことが可能なポイント管理方法を提供することである。

【0004】

【課題を解決するための手段】

上記目的を達成するために本発明は、消費者が各サービス提供者の提供するサービスを利用した際に上記各サービス提供者から上記消費者に対して与えられる、所定の対価に交換可能なポイントを管理するコンピュータを用いたポイント管理方法において、各消費者毎に、上記各サービス提供者毎の累積ポイント数をポイント数記憶手段に記憶し、上記消費者からの要求に応じて、上記ポイント数記憶手段に記憶されているその消費者の累積ポイント数を上記各サービス提供者毎に一覧表示すると共に、消費者が上記対価への交換に使用するサービス提供者を選択可能なポイント交換入力画面を表示し、上記ポイント交換入力画面上で消費者により上記サービス提供者が選択されると、その消費者について上記選択された各サービス提供者の累積ポイントを所定の交換レートの下で合計し、該合計ポイント数に応じて所定の対価への交換処理を行い、その消費者について上記対価への交換に使用した上記サービス提供者のポイントを上記ポイント数記憶手段から減算する処理を、コンピュータを用いて行うことを特徴とするポイント管理方法として構成されている。

このような構成により、各消費者の獲得ポイント数は各サービス提供者毎に個別に管理され、ポイントを対価と交換する際には使用するポイントがサービス提供者単位で選択され、更に各サービス提供者のポイントは所定の交換レートに基づいて合算されるため、各サービス提供者は自分の発行したポイントのみを利用して独自に商品交換を行うなど、発行したポイントを独自に利用してサービスを行うことが可能となる。また、既に独自ポイントによるサービスを行っていたサービス提供者についてもそれまでのサービス内容を何ら変更することなくこのポイント管理方法を利用することが可能である。尚、上記従来のポイント管理システムと同様、サービス提供者のポイント発行数の大小等に関わらず消費者のウェブページ閲覧等に対するインセンティブを高めることができることはもちろんである。

【0005】

また、上記選択された各サービス提供者の累積ポイントの所定の交換レートの

下での合計値を上記消費者に対して表示した後、消費者からの要求に基づいて上記所定の対価への交換処理を行うようにすれば、消費者は例えば交換に使用するサービス提供者の組み合わせを様々に変更してその都度ポイントの合計値を確認するなどの操作を簡単に行うことができ、消費者の利便性が向上する。

また、消費者が上記対価への交換に使用するサービス提供者を選択する際、それらサービス提供者の発行したポイントの一部のみの選択を可能とすれば、使用するポイントの無駄がなくなり、消費者にとっては便利である。

【0006】

【発明の実施の形態】

以下添付図面を参照して、本発明の実施の形態及び実施例につき説明し、本発明の理解に供する。尚、以下の実施の形態及び実施例は、本発明を具体化した一例であって、本発明の技術的範囲を限定する性格のものではない。

ここに、図1は本発明の実施の形態に係るポイント管理方法における消費者へのポイント発行手順を説明するためのフローチャート、図2は本発明の実施の形態に係るポイント管理方法を実施するのに利用するコンピュータの接続構成例を示す図、図3は前記コンピュータの概略構成例を示す図、図4はメールクライアントの表示画面の一例を示す図、図5はウェブブラウザの表示画面の一例であり、ユーザIDの入力操作を説明するための図、図6はウェブブラウザの表示画面の他の例であり、獲得ポイント数を表示した様子を示す図、図7は本発明の実施の形態に係るポイント管理方法におけるポイント交換の際の処理手順を説明するためのフローチャート、図8はオーナ管理DB1023内の格納データの一例、図9はリンク先管理DB1024内の格納データの一例、図10はユーザポイント管理DB1025内の格納データの一例、図11はウェブブラウザの表示画面の一例であり、その消費者の各広告元毎の獲得ポイント数や交換対象となる商品の一覧等を表示した様子を示す図、図12は複数の運営組織にまたがってポイント管理を行う場合のポイント表示手順の一例を示すフロー図である。

【0007】

本実施の形態に係るポイント管理方法は、複数のサービス提供者が、ポイントの管理を仲介する1つのポイント運営組織に加盟し、各サービス提供者から消費

者に与えられるポイントが上記ポイント運営組織（仲介者）のサーバで消費者毎に一括して蓄積されるようなポイント管理方法を改良し、各サービス提供者が自分の発行したポイントを独自に利用してサービスを行うことを可能としつつ、消費者はそれら各サービス提供者の独自ポイントを合算して商品等と交換できるようにしたものである。尚、消費者へのポイントの発行と引き換えにサービス提供者から消費者に提供されるサービスの種類は様々なものが考えられるが、ここでは、サービス提供者は消費者に対してウェブページで広告を提供すると共に、その広告を閲覧した消費者に対して所定のポイントを発行するものとする。

【0008】

本実施の形態に係るポイント管理方法を実施可能なシステムは、図2に示す通り、消費者、仲介者、広告元（サービス提供者の一例）が用いるコンピュータ、又はコンピュータ群101、102、103が、互いにインターネット104を介して接続される。消費者は、例えばISP(Internet Service Provider)のコンピュータ群105にダイアルアップ接続することによりインターネットを介した通信を行う。

仲介者、広告元、ISPのコンピュータ群102、103、105には、ウェブサーバ、メールサーバ（POPサーバ、SMTPサーバなど）、DNS(Domain Name System)サーバなどとしてそれぞれ稼働するコンピュータが含まれる。

これらのサーバのうち、図2では、仲介者のウェブサーバ1021、広告元のウェブサーバ1031、広告元のメールサーバ1032、ISPのメールサーバ1051が示されている。また、仲介者のコンピュータ群102には、上述のサーバの他、データベースサーバとして稼働するコンピュータ（以下、単にデータベースサーバという）1022も含まれる。

【0009】

このデータベースサーバ1022は、3つのデータベース1023、1024、1025に接続されている。データベース1023はオーナ管理DBであり、各広告元を識別するためのオーナID毎に、上記仲介者の下で他の広告元のポイントと合算する場合の交換レートが設定されている（図8参照）。また、データベース1024はリンク先管理DBであり、各オーナIDに対して1又は複数与

えられるメディアID毎に、オーナIDと、ウェブページのURL(Uniform Resource Locator)アドレスと、そのウェブページを閲覧することにより加算される加算ポイントとが設定されている(図9参照)。また、データベース1025はユーザポイント管理DBであり、各広告元(オーナID)毎のこれまでの獲得ポイント数が、消費者を識別するためのユーザIDに対応付けて記憶される(図10参照)。

尚、本実施の形態に係る広告管理方法においては、各広告元から発行されるポイントは基本的にそれぞれの広告元の独自ポイントであり、ある広告元から発行されたポイントはその広告元が独自に利用する(例えばその広告元が独自に商品交換を行う)ことが可能であるものとする。従って、当然ながら上記加算ポイントについても各広告元が独自に設定することが可能である。このようなことから、各広告元の独自ポイントを合算する際のレート差を解消するために上記交換レートが設定されている。

【0010】

仲介者、広告元、ISPのコンピュータ群102、103、105に含まれるコンピュータは、規模などにより様々な構成を有するが、基本的には図3に示す通り、演算装置301、メモリ302aやハードディスクドライブ302b、CD-ROMドライブ302cなどの記憶装置302、入力装置303、通信装置304を備えたものである。また、必要に応じて、表示装置305も設けられ、LANを介して他のコンピュータ306や、インターネット104と接続されたルータ309と接続される。

消費者のコンピュータ101は、ウェブブラウザ(HTTP クライアント)1011とメールクライアント1021が動作可能な図3に示したようなコンピュータであればよい。パーソナルコンピュータが代表例であるが、図3に示す構成と同等の構成を有するゲーム機や携帯電話を含む携帯端末、家電製品などを用いることも可能である。

【0011】

以下、図1に示すフローチャートを参照しつつ、まず消費者へのポイント発行手順について説明する。尚、ここでは各消費者のユーザIDとしてメールアドレ

スが用いられるものとする。

まず、広告元のメールサーバ1032から、商品やサービスについての広告内容と、広告元に対応したメディアIDを引数としてCGI(Common GateWay Interface)を指定する仲介者側のウェブサーバ1021に向けたURLアドレスとを伝える広告メール106が、消費者の利用するISPのメールサーバ1051に送信される（手順S1）。ここで、CGIとは、Perlなどのプログラム言語により記述されるプログラムであって、例えばウェブサーバ1021の記憶装置302に実行可能な状態で記憶され、ウェブサーバからの要求に従って起動する。ISPのメールサーバ1051により受信された広告メール106はスプールファイルに一旦格納される。

【0012】

消費者が用いるコンピュータ101上で起動されたメールクライアント1012から、電子メールの受信要求がISPのメールサーバ1051に対してなされると、ISPのメールサーバ1051により、スプールファイルから消費者宛の電子メールが取り出され、広告メール106を含む消費者宛の電子メールが、消費者側のメールクライアント1012へ送信される。

受信した電子メールの内容は、図4に示す通り、メールクライアント1012上のプレビューペイン10121などで確認することが可能である。

図4に示す如く、前記広告メールには、広告内容と共に、例えば”<http://XXX.com/cgi?> メディアID”という仲介者のウェブサーバ1021に向けたURLアドレスが記述されている。

消費者のメールクライアント1012上でクリックカブルリンクとなっている上のURLアドレスに、消費者がポインタ10122をあわせ、クリックするなどして当該URLアドレスを選択すれば、消費者のコンピュータ101上でウェブブラウザ1011が起動し、起動したウェブブラウザ1011によって、上のURLアドレスにより指定される仲介者のウェブサーバ1021に向けた要求が送出される。

【0013】

もし、消費者のウェブブラウザ1011が仲介者のウェブサーバ1021とそ

れまでに接続したことがある場合には、前記要求には、消費者のコンピュータ101の記憶装置302上にある所定のファイルに格納されたクッキー(HTTP cookie)（ユーザIDが含まれる）が付加される。

消費者側のウェブブラウザ1011から送出された要求は、仲介者側のウェブサーバ1021により受信される。受信したURLアドレスにおいてメディアIDを引数としてCGIが指定されていると判別したウェブサーバ1021は、CGIを起動させる。

前記要求に含まれていたメディアID、及びユーザIDは、仲介者のウェブサーバ1021の標準入力に入力される（消費者の識別情報及び広告元の識別情報が取得される）（手順S2）。

消費者のウェブブラウザ1011が仲介者のウェブサーバ1021と接続するのが初めてであったり、クッキーが破壊されているなどして仲介者側のウェブサーバ1021で正常にユーザIDが取得できなかった場合には、例えば図5に示すようなウェブページを消費者のウェブブラウザ1011へ送信しウェブブラウザ1011に表示させて、ユーザIDの入力又は登録を促す。

【0014】

消費者が、ユーザIDをテキスト入力オブジェクト10111に入力して送信ボタンオブジェクト10112をクリックするなどして、消費者のウェブブラウザ1011から仲介者のウェブサーバ1021にユーザIDが送信されると、ウェブサーバ1021はそのユーザIDを標準入力に入力し、CGIを起動させる。

起動したCGIは、標準入力にあるユーザIDについて検索を行うよう、通信装置304を用いて、データベースサーバ1022に検索要求を送出する。CGIからの検索要求がデータベースサーバ1022により受け取られると、データベースサーバ1022により当該ユーザIDについてユーザポイント管理DB1025が検索される。ユーザポイント管理DB1025内の格納データの一例を図10に示す。ユーザポイント管理DB1025に当該ユーザIDが登録されていた場合には、当該ユーザIDに対応してユーザポイント管理DB1025に記憶されている、消費者が上記メディアIDに対応する広告元（オーナID）から

これまでに獲得した獲得ポイント数が検索結果としてCGIに返される。一方、ユーザポイント管理DB1025に当該ユーザIDが登録されていなかった場合には、消費者がこれまでに獲得した獲得ポイント数は0であるという検索結果がCGIに返される。

【0015】

メディアID、及び正常に取得されたユーザIDに対する検索処理も、正常に取得されなかったユーザIDに対する上述の検索処理とほぼ同様である。

メディアID、及び正常に取得されたユーザIDについても、起動したCGIは、ウェブサーバ1021の標準入力に入力されたメディアID、及びユーザIDについて検索を行うよう、通信装置304を用いてデータベースサーバ1022に検索要求を送出する。CGIからの検索要求がデータベースサーバ1022により受け取られると、データベースサーバ1022により当該メディアID、及びユーザIDについてリンク先管理DB1024、ユーザポイント管理DB1025がそれぞれ検索される。リンク先管理DB1024内の格納データの一例を図9に示す。リンク先管理DB1024、ユーザポイント管理DB1025から検索されたメディアID、及びユーザIDに対応する、URLアドレス及び加算ポイント、消費者がそのメディアIDの広告元からこれまでに獲得した獲得ポイント数は、CGIに返される（手順S3、手順S4）。

【0016】

そのユーザID、メディアIDに対する加算ポイント及びこれまでの獲得ポイント数が得られると、CGIにより、獲得ポイント数に加算ポイントが加算され（手順S5）、ユーザポイント管理DB1025内の獲得ポイント数が更新される。そして、CGIにより、更新された獲得ポイント数と広告元のURLアドレスとを含むウェブページが作成され、標準出力を介して、仲介者のウェブサーバ1021に受け渡される。

そして、仲介者のウェブサーバ1021から、例えば図6に示すようなウェブページが送信される。図6に示す如く、消費者のウェブブラウザ1011には、広告元のURL、例えばhttp://YYY.com/targetpage.htm/に転送することを説明するために「ただ今アクセス中です。」などのメッセージが記載され、それと共に

に、YYYという広告元に対するこれまでの獲得ポイント数、例えば120ポイントというテキストが記載されたウェブページが表示される（手順S6）。

このウェブページを送信する際の応答ヘッダには、ユーザIDをクッキーとして書き込むという指示が含まれており、応答ヘッダを受信した消費者のウェブブラウザ101は、仲介者のコンピュータ101の記憶装置302上にある前記所定のファイルにユーザIDを書き込む。

【0017】

消費者のウェブブラウザ101に当該ウェブページが表示されると、消費者はその広告元についてのこれまでの獲得ポイント数がどれくらいであるか或いはどの程度増加したかを確認することができる。

図6に示した前記ウェブページには、URLアドレスを数秒後に広告元のURLアドレスにリフレッシュする旨が記載されており、その時間が経過した後に、消費者のウェブブラウザ101は、広告元のウェブサーバ103と接続される。

消費者のウェブブラウザ101から送出された要求を仲介者のウェブサーバ102を介して受け取った広告元のウェブサーバ103により、商品やサービスについて広告する画像情報や音楽情報を用いたウェブページが消費者のウェブブラウザ101に送信され、消費者のウェブブラウザ101に広告元のウェブページが表示される。

【0018】

ある消費者について以上のような処理が繰り返され、複数の広告元についてそれぞれある程度のポイント数が蓄積されてくると、消費者はそれらのポイントを、そのポイント数に応じて用意された商品に交換することができる。

以下、図7に示すフローチャートを参照しつつ、ポイント交換の際の処理手順について説明する。

消費者は、各広告元に対する現時点での獲得ポイント数を知りたい時、更にはそのポイントを商品に交換したい時には、例えば閲覧中の広告元のウェブページ上にあるポイント確認／交換用のリンクをクリックする（手順S11）。これにより、仲介者のウェブサーバ102上のポイント確認／交換用のCGIが起動

される。

【0019】

起動されたCGIは、消費者のウェブブラウザ1011経由でその消費者のユーザIDを取得し、そのユーザIDに対応するオーナID（広告元）毎の獲得ポイント数を取得するよう、データベースサーバ1022に要求する。データベースサーバ1022は、ユーザポイント管理DB1025（図10）から、上記CGIより受け取ったユーザIDについてのオーナID（広告元）毎の獲得ポイント数を取り出し、上記CGIに受け渡す。また、データベースサーバ1022は、オーナ管理DB1023から各オーナID毎の交換レートを取り出し、これも上記CGIに受け渡す。上記CGIは、上記データベースサーバ1022から受け取った広告元毎の獲得ポイント数と交換レート、所定の記憶手段に記憶されている獲得ポイントに応じた商品の一覧とを1つのウェブページとして上記消費者のウェブブラウザ1011に送信する（手順S12）。

消費者のウェブブラウザ1011に表示されるウェブページの一例を図11に示す。図11に示す如く、上記ウェブページの左側のフレームにはその消費者についての現時点での獲得ポイント数が各広告元毎に表示され、更にその合計が表示されている。また、それら各広告元毎のポイントの横には交換レートとチェックボックスとが表示されている。更に、上記ウェブページの右側のフレームにはポイントと交換可能な商品が、必要ポイント数と共に一覧表示されている。

【0020】

消費者は、上記ウェブページに表示された現時点での獲得ポイント数を参照し、その獲得ポイントを商品に交換したい場合には、商品への交換に使用する広告元の横のチェックボックスをクリックし、選択する（手順S13）。図11の例では、サイトAとサイトBとが選択されている。そしてその状態で、「使用ポイント合計ボタン」（図11参照）をクリックすると、選択されている広告元のポイントの合計が表示される（手順S14）。この合計ポイントの計算には、上記交換レートが考慮される。図11の例では、選択されたサイトA、Bのポイントはそれぞれ300p、400pであるが、サイトBの交換レートが0.5であるため、使用ポイントの合計は500pとなっている。

消費者は、表示された合計ポイントを商品と交換したい場合には、その合計ポイント内で交換可能な商品を右側のフレームの商品一覧より選択し、その商品の「交換ボタン」（図11参照）をクリックする（手順S15）。すると、例えば上記「交換ボタン」にリンクされているCGIが上記仲介者のウェブサーバ1021上で起動される。このCGIは、上記選択された商品の発送処理部門に対して例えば電子メール等により商品発送の指示を行うと共に（手順S16），データベースサーバ1022に対してユーザポイント管理サーバ1025からの上記使用されたポイントの減算を指示する（手順S17）。

【0021】

以上のように、本実施の形態に係るポイント管理方法によれば、各消費者の獲得ポイント数は各広告元毎に区別して管理され、ポイントを商品に交換する際には使用するポイントが広告元単位で選択され、更に各広告元のポイントは所定の交換レートに基づいて合算されるため、各広告元は自分の発行したポイントのみを利用して独自に商品交換を行うなど、発行したポイントを独自に利用してサービスを行うことが可能となる。また、既に独自ポイントによるサービスを行っていた広告元についてもそれまでのサービス内容を何ら変更することなくこのポイント管理サービスを利用することが可能である。

【0022】

【実施例】

各広告元は、例えば自分の発行したポイントのみに基づいて独自にポイントの交換を行う場合には、例えば独自に図11に示したような商品交換ページを作成すると共に、上記仲介者のデータベースサーバ1022を経由してユーザポイント管理DB1025内の情報を利用すればよい。この場合、各広告元は各消費者についてその広告元（オーナID）に関するポイント情報のみの閲覧・更新が可能となるような認証手段を設ける必要がある。

また、上記実施の形態では、商品交換に使用するポイントを広告元単位で選択可能としたが、更に、使用するポイント数を各広告元毎に自由に設定できるようにしてもよい。例えば、サイトAの500pのうちの200p、サイトBの200pのうちの100pを使用して300pの商品と交換できるようにする（交換

レートが共に1.0の場合）。このようにすることで、使用するポイントの無駄がなくなり、消費者にとっては便利である。

【0023】

また、上記実施の形態では、1つのポイント運営組織内のポイント管理方法について説明したが、複数のポイント運営組織間で相互に同一消費者に関するポイントを参照したり、更には複数のポイント運営組織間で同一消費者のポイントを合算して対価交換を行うことも可能である。

この場合の一例としては、図12に示すように、仲介者のコンピュータ群102内に、同一消費者についての当該ポイント運営組織におけるユーザIDと他組織におけるユーザIDとの対応関係が設定されたユーザID対照DB1026を新たに設けることが考えられる。例えば消費者から獲得ポイント数の表示の要求があると、データベースサーバ1022は、オーナ管理DB1023から各オーナID毎の交換レートを、ユーザポイント管理DB1025からオーナID毎の獲得ポイント数をそれぞれ取り出した後、上記ユーザID対照DB1026からそのユーザIDの別組織におけるユーザIDを取り出し、公知のソケット通信等の技術を利用して別組織のポイント管理DBに接続してそのユーザの獲得ポイント数を取り出し、当該組織における獲得ポイント数と共に画面に表示させる。

また、消費者が他組織のポイントを含めて対価交換を要求した場合には、通常通り商品発送処理を開始させた後、上記と同様にソケット通信等の技術を利用して別組織のポイント管理DBに接続し、そのユーザの使用ポイント分を減算する処理を行うようにすればよい。

以上のように、同一消費者についての複数のポイント運営組織間でのユーザIDの対応関係を設定したユーザID対照DB1026を新たに設けることで、複数組織間であっても同一組織とほぼ同様にポイントの参照や対価交換等のポイント管理を行うことが可能である。

【0024】

また、以上の例では、サービス提供者は消費者に対してウェブページで広告を提供すると共に、その広告を閲覧した消費者に対して所定のポイントを発行するものとしたが、ポイント発行の対象とするサービスの種類はこれに限られるもの

ではなく、例えばメールマガジンの配信登録、オンラインショップの利用、アンケート回答、資料請求行為、サービスへの会員登録行為など様々なものが考えられる。

また、ポイントと交換する対価としては、上記のような商品（物）だけでなく、料金の割引や優待などのサービスをはじめ様々なものが考えられる。

【0025】

【発明の効果】

以上説明したように、本発明は、消費者が各サービス提供者の提供するサービスを利用した際に上記各サービス提供者から上記消費者に対して与えられる、所定の対価に交換可能なポイントを管理するコンピュータを用いたポイント管理办法において、各消費者毎に、上記各サービス提供者毎の累積ポイント数をポイント数記憶手段に記憶し、上記消費者からの要求に応じて、上記ポイント数記憶手段に記憶されているその消費者の累積ポイント数を上記各サービス提供者毎に一覧表示すると共に、消費者が上記対価への交換に使用するサービス提供者を選択可能なポイント交換入力画面を表示し、上記ポイント交換入力画面上で消費者により上記サービス提供者が選択されると、その消費者について上記選択された各サービス提供者の累積ポイントを所定の交換レートの下で合計し、該合計ポイント数に応じて所定の対価への交換処理を行い、その消費者について上記対価への交換に使用した上記サービス提供者のポイントを上記ポイント数記憶手段から減算する処理を、コンピュータを用いて行うことを特徴とするポイント管理办法として構成されているため、各サービス提供者は自分の発行したポイントのみを利用して独自に商品交換を行うなど、発行したポイントを独自に利用してサービスを行うことが可能となる。また、既に独自ポイントによるサービスを行っていたサービス提供者についてもそれまでのサービス内容を何ら変更することなくこのポイント管理办法を利用することが可能である。尚、上記従来のポイント管理システムと同様、サービス提供者のポイント発行数の大小等に関わらず消費者のウェブページ閲覧等に対するインセンティブを高めることができることはもちろんである。

【0026】

また、上記選択された各サービス提供者の累積ポイントの所定の交換レートの下での合計値を上記消費者に対して表示した後、消費者からの要求に基づいて上記所定の対価への交換処理を行うようにすれば、消費者は例えば交換に使用するサービス提供者の組み合わせを様々に変更してその都度ポイントの合計値を確認するなどの操作を簡単に行うことができ、消費者の利便性が向上する。

また、消費者が上記対価への交換に使用するサービス提供者を選択する際、それらサービス提供者の発行したポイントの一部のみの選択を可能とすれば、使用するポイントの無駄がなくなり、消費者にとっては便利である。

【図面の簡単な説明】

【図1】 本発明の実施の形態に係るポイント管理方法における消費者へのポイント発行手順を説明するためのフローチャート。

【図2】 本発明の実施の形態に係るポイント管理方法を実施するのに利用するコンピュータの接続構成例を示す図。

【図3】 前記コンピュータの概略構成例を示す図。

【図4】 メールクライアントの表示画面の一例を示す図。

【図5】 ウェブブラウザの表示画面の一例であり、ユーザIDの入力操作を説明するための図。

【図6】 ウェブブラウザの表示画面の他の例であり、獲得ポイント数を表示した様子を示す図。

【図7】 本発明の実施の形態に係るポイント管理方法におけるポイント交換の際の処理手順を説明するためのフローチャート。

【図8】 オーナ管理DB1023内の格納データの一例。

【図9】 リンク先管理DB1024内の格納データの一例。

【図10】 ユーザポイント管理DB1025内の格納データの一例。

【図11】 ウェブブラウザの表示画面の一例であり、その消費者の各広告元毎の獲得ポイント数や交換対象となる商品の一覧等を表示した様子を示す図。

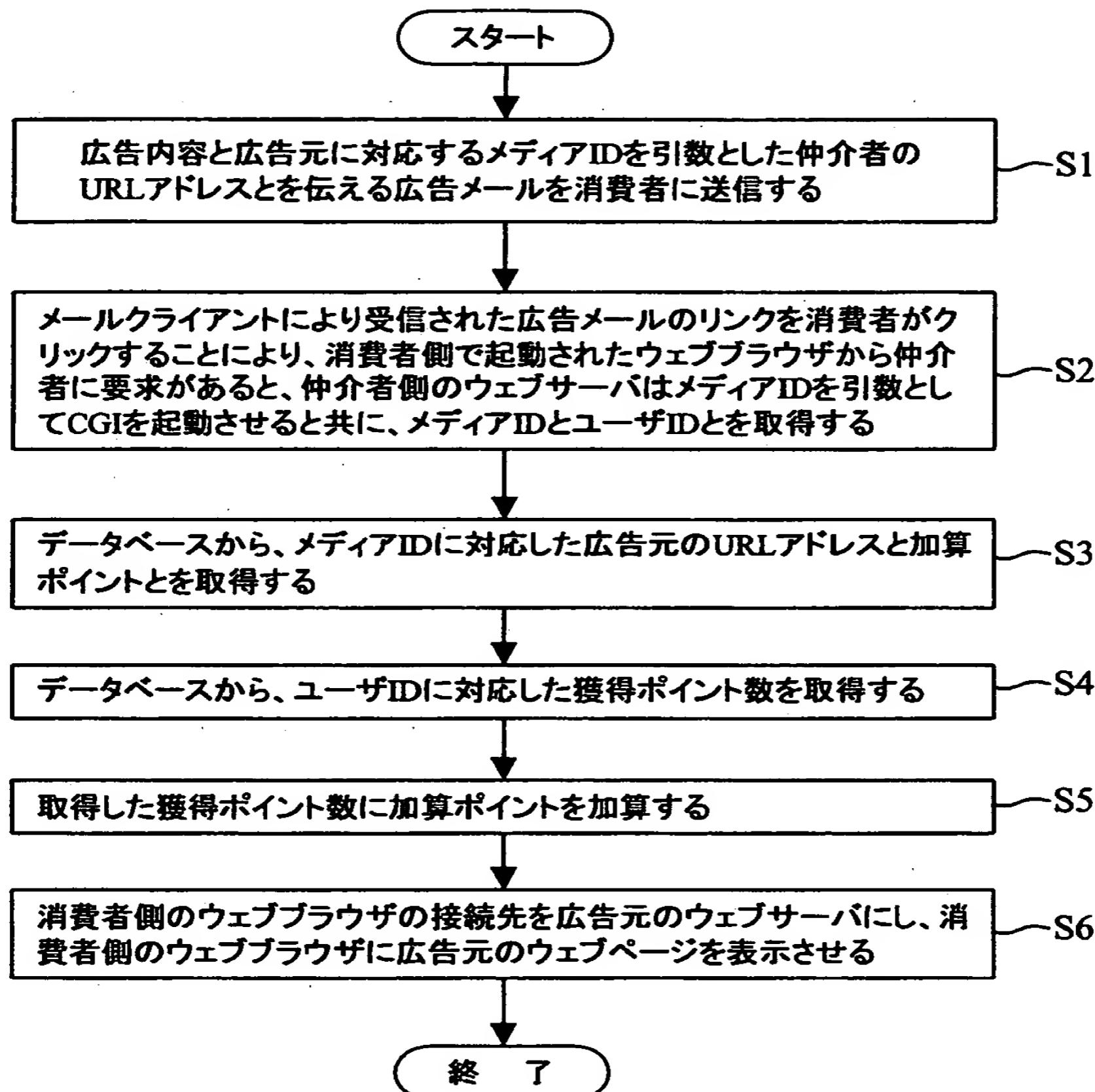
【図12】 複数の運営組織にまたがってポイント管理を行う場合のポイント表示手順の一例を示すフロー図。

【符号の説明】

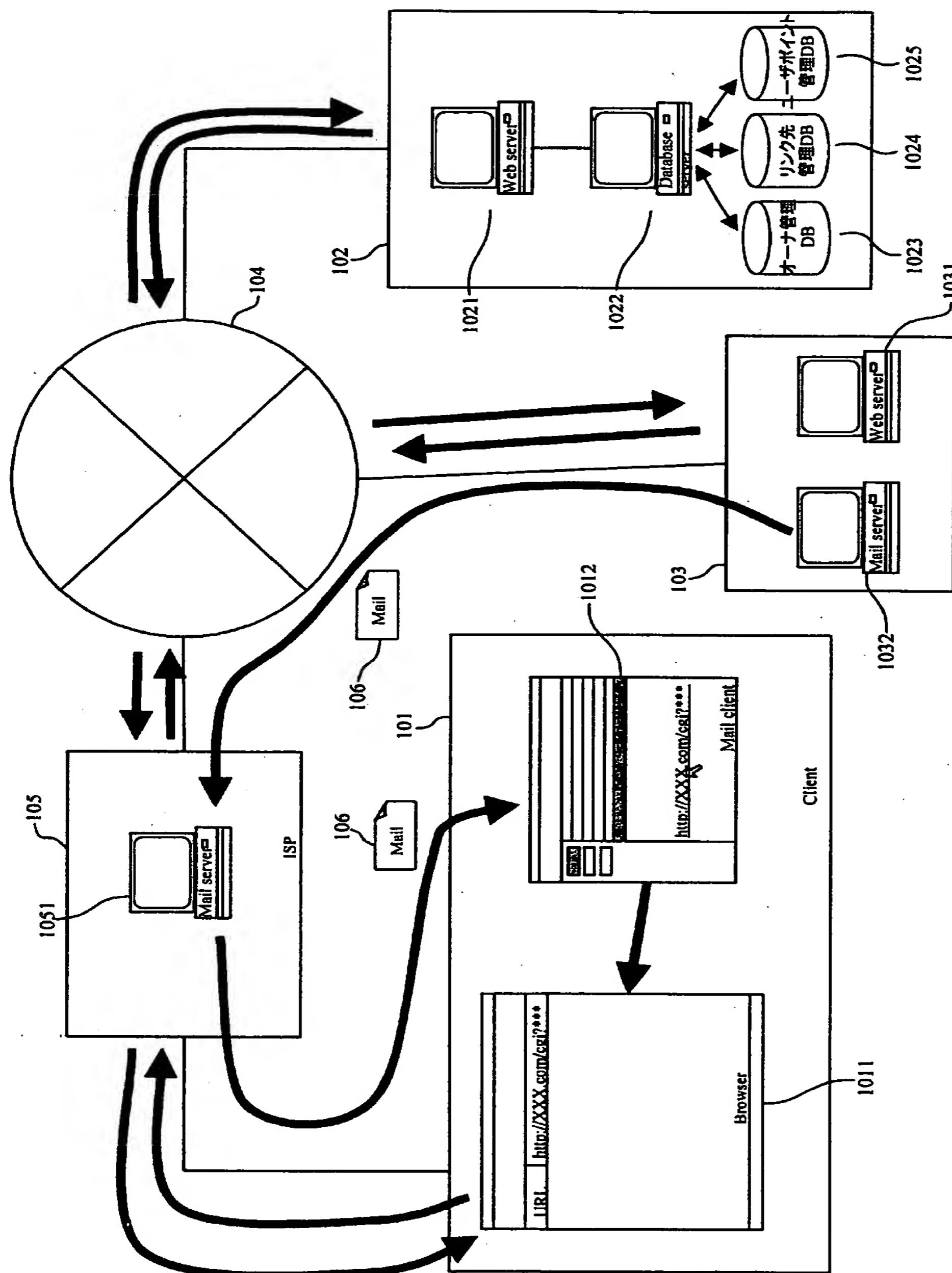
- 101…消費者のコンピュータ
- 102…仲介者のコンピュータ群
- 103…広告元のコンピュータ群
- 1011…消費者が用いるウェブブラウザ
- 1012…消費者が用いるメールクラアイント
- 1022…データベースサーバ
- 1023…オーナ管理DB
- 1024…リンク先管理DB
- 1025…ユーザポイント管理DB
- 1026…ユーザID対照DB

【書類名】 図面

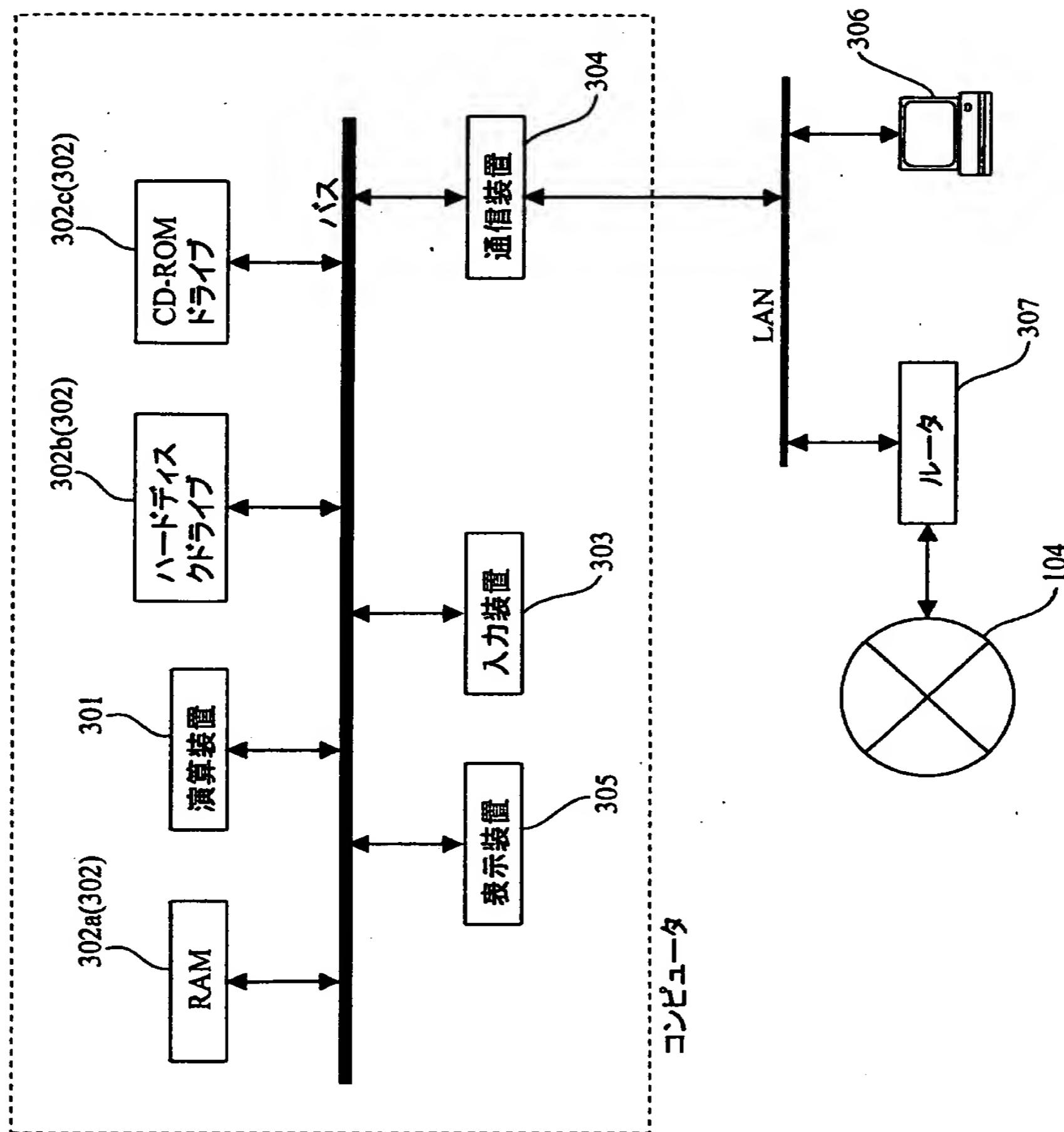
【図1】



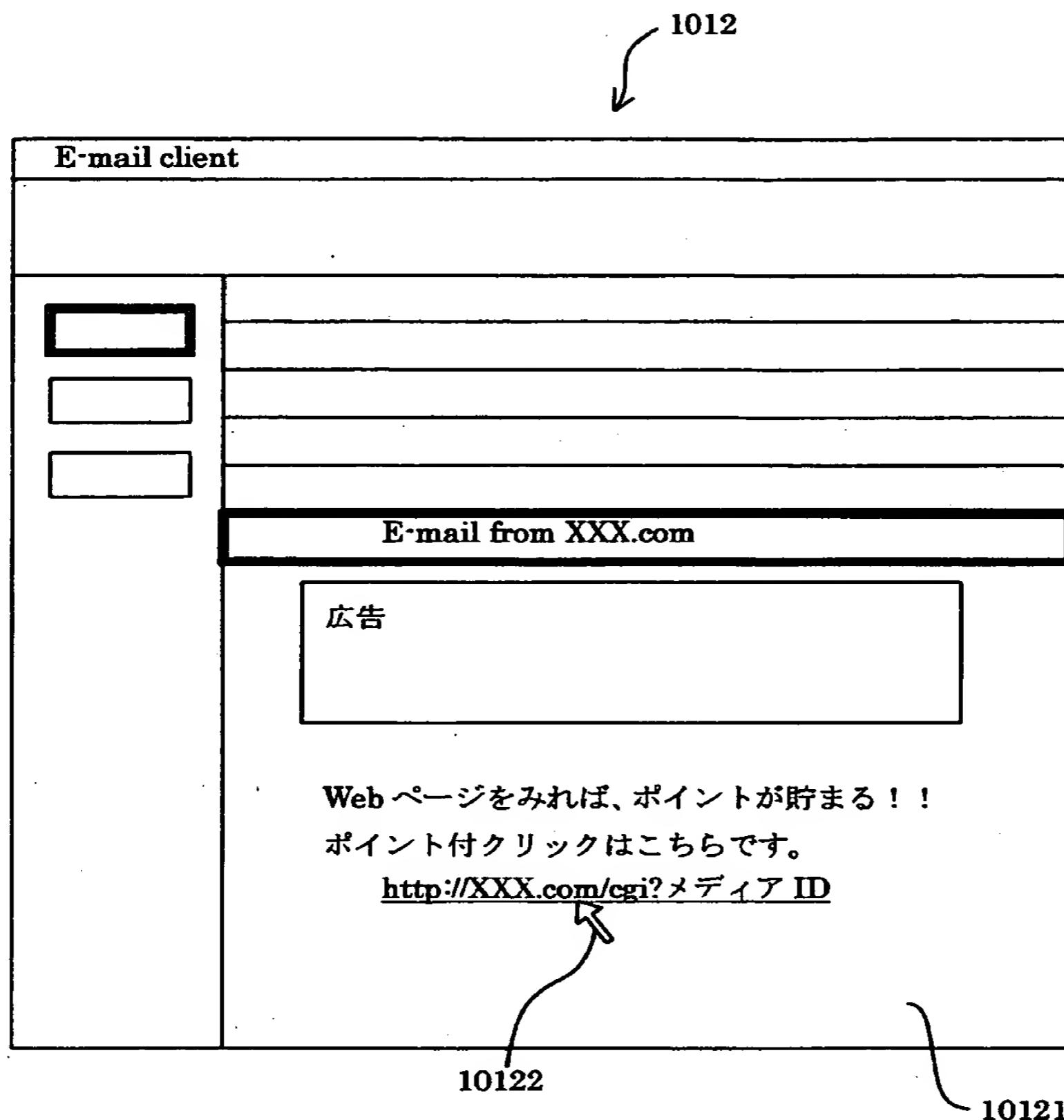
【図2】



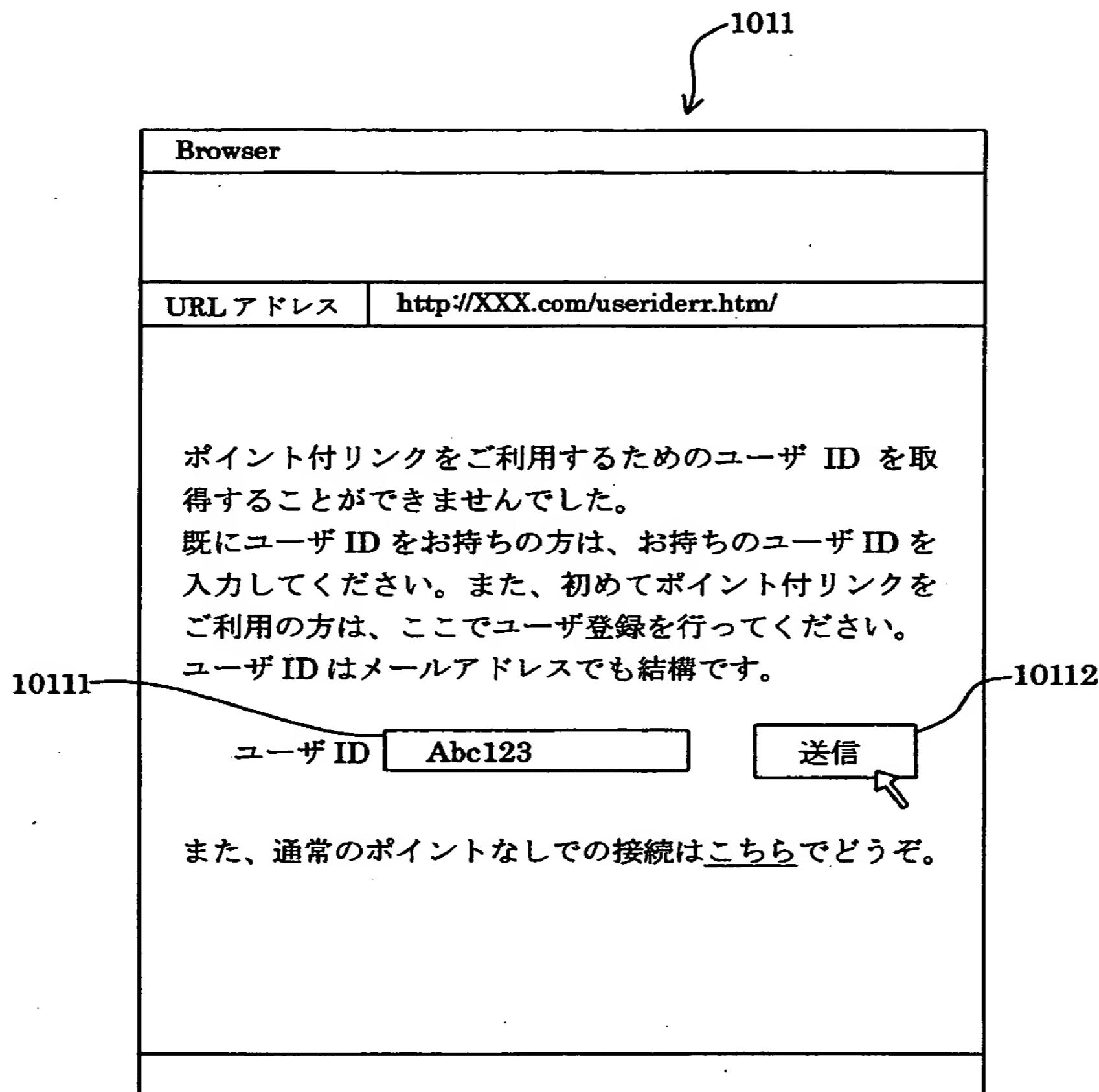
【図3】



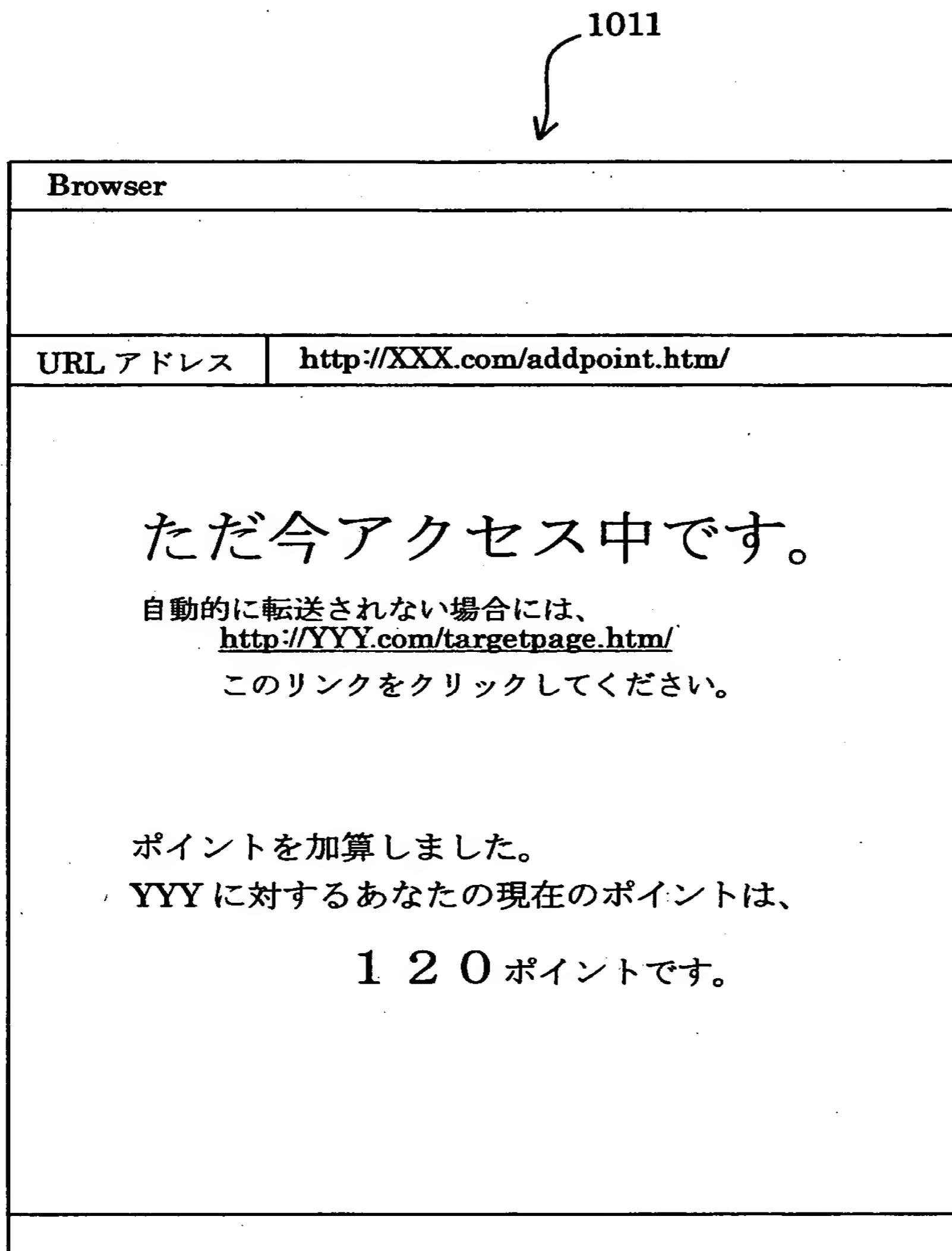
【図4】



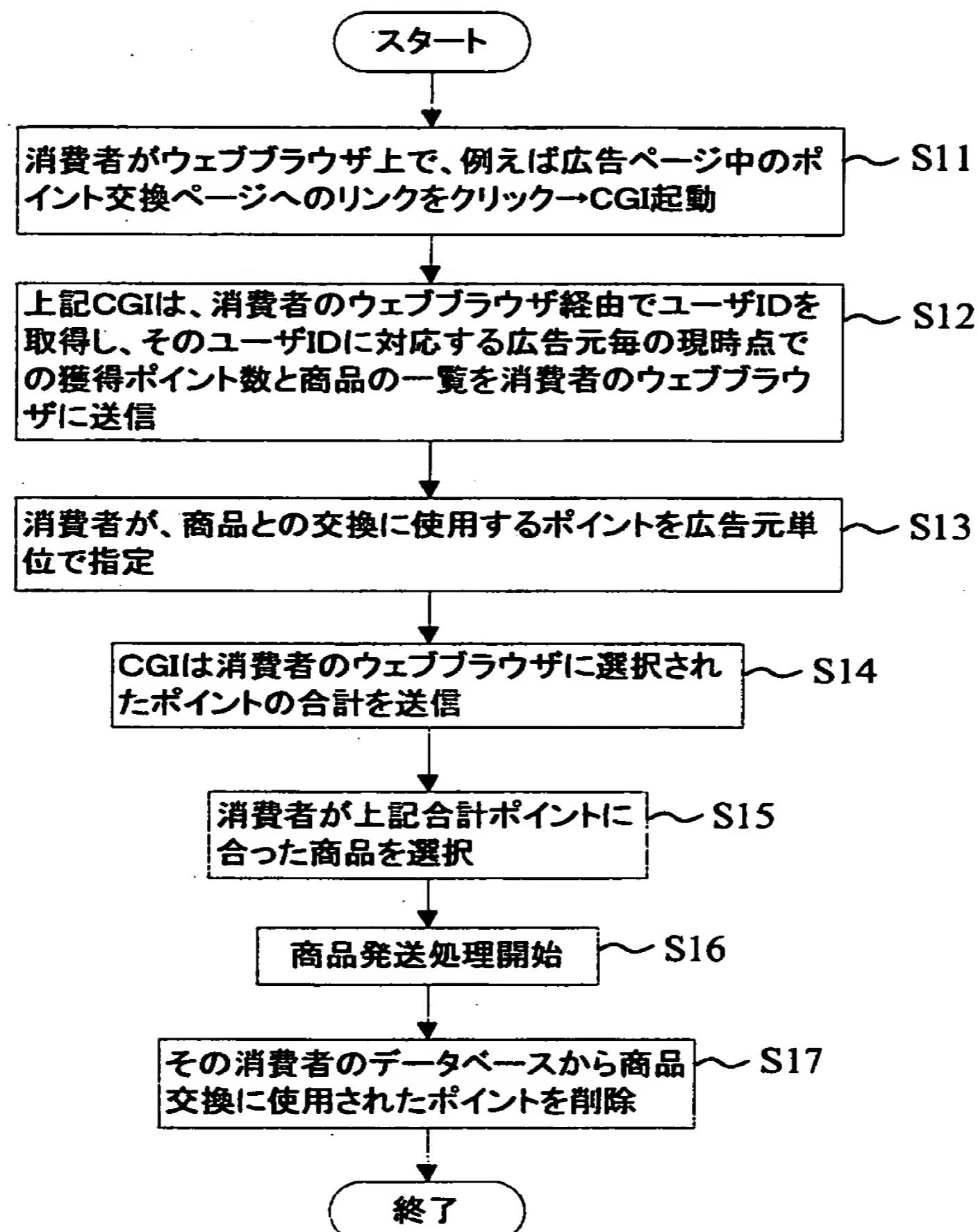
【図5】



【図6】



【図7】



【図8】

オーナーID	交換レート
1	1.0
2	0.5
3	0.7
:	:

【図9】

メディアID	オーナーID	リンク先のURL	加算ポイント数
A	1	http://www.aa.aa.aa/	20
B	1	http://www.bb.bb.bb/	10
C	2	http://www.cc.cc.cc/	50
D	2	http://www.dd.dd.dd/	40
E	3	http://www.ee.ee.ee/	30
F	3	http://www.ffff.ffff/	60
:	:	:	:

【図10】

(オーナーID=1)

ユーザーID	獲得ポイント数
aaa@bb.dd.ee.ee	300
bbb@aa.bb.cc.dd	60
:	:

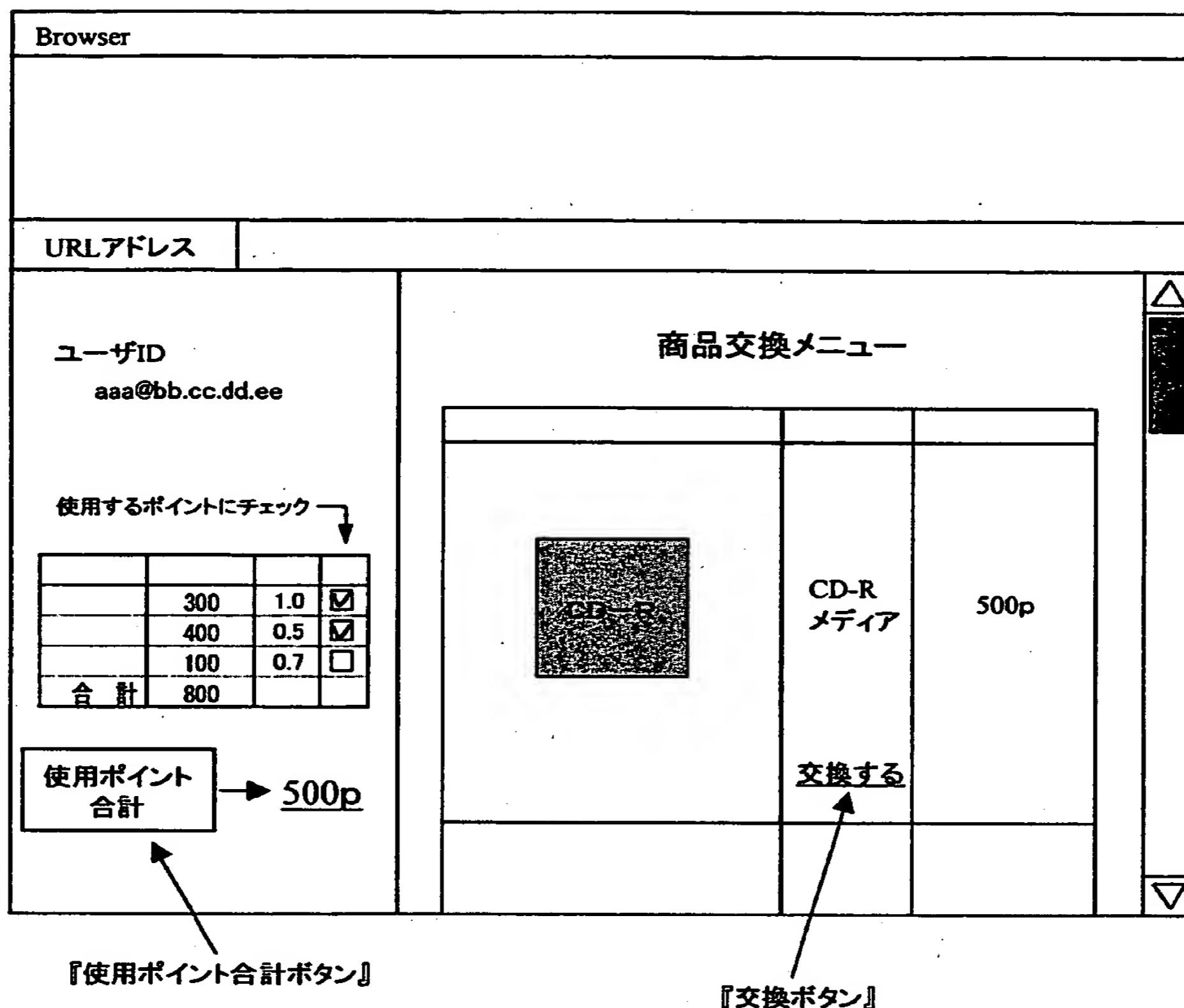
(オーナーID=2)

ユーザーID	獲得ポイント数
aaa@bb.dd.ee.ee	400
bbb@aa.bb.cc.dd	230
:	:

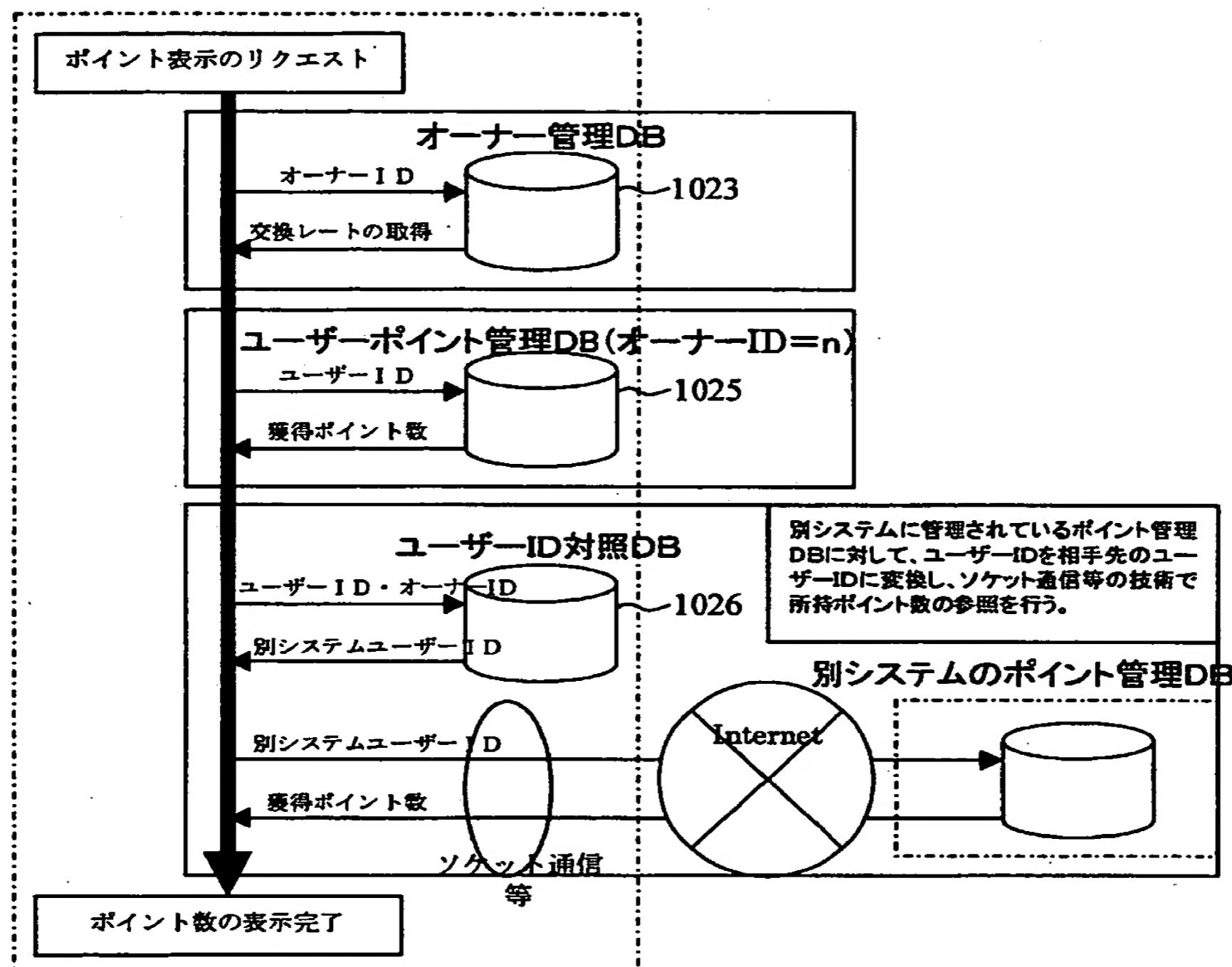
(オーナーID=3)

ユーザーID	獲得ポイント数
aaa@bb.dd.ee.ee	100
bbb@aa.bb.cc.dd	60
:	:

【図11】



【図12】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 サービス提供者のポイント発行数の大小等に関わらず消費者のウェブページ閲覧等に対するインセンティブを高めることができ、且つ各サービス提供者は自分のウェブページの閲覧等に関するポイントを独自に利用してサービスを行うことが可能なポイント管理方法を提供する。

【解決手段】 各消費者の獲得ポイント数は、各サービス提供者毎に個別に管理する。消費者がポイントを対価と交換する際には、使用するポイントをサービス提供者単位で選択する。選択されたサービス提供者のポイントは所定の交換レートに基づいて合算され、その合計値に応じた商品等と交換される。これにより、各サービス提供者は、仲介者による合同の商品交換の他、自分の発行したポイントのみを利用して独自に商品交換を行うなど、発行したポイントを独自に利用してサービスを行うことができる。尚、サービス提供者のポイント発行数の大小等に関わらず消費者のウェブページ閲覧等に対するインセンティブを高めることが可能であることは勿論である。

【選択図】 図7

出願人履歴情報

識別番号 [300020898]

1. 変更年月日 2000年 3月 7日

[変更理由] 新規登録

住 所 東京都渋谷区円山町5番4号

氏 名 株式会社ポイントゲート

2. 変更年月日 2001年 6月 28日

[変更理由] 住所変更

住 所 東京都港区北青山2丁目7番28号

氏 名 株式会社ポイントゲート